

## Compréhension orale

10 points



Écoutez l'interview et répondez.

1. Dans quel but le people utilise-t-il les selfies ? (2 points)  
.....
2. Les selfies font-ils de la concurrence à la presse people traditionnelle ? Pourquoi ? (1 point)  
.....
3. Quelles sont les deux caractéristiques du public visé par les selfies ? (2 points)  
.....
4. Devenir un people, c'est : (1 point)
  - a. ☐ partager en grande partie sa vie privée avec le public.
  - b. ☐ faire ses choix vestimentaires ou amoureux pour son public.
  - c. ☐ changer de personnalité pour se faire accepter sur la place publique.
5. Quels moyens les stars ont-elles toujours privilégiés pour garder le lien avec leur public ? (1 point)  
.....
6. Quels changements apportent les selfies dans la relation entre la star et son public ? (2 points)  
.....
7. La frontière entre vie privée-vie publique : (1 point)
  - a. ☐ n'existe plus pour les people.
  - b. ☐ s'efface pour les personnes ordinaires.
  - c. ☐ reste protégée malgré les selfies.

## Compréhension écrite

10 points

Vous lisez cet article sur un site Internet.

@ <http://www.les-enquetes-du-quotidien.fr>

Cela relève du truisme\* : Internet est toujours plus utilisé. Selon notre baromètre, il est pour 22 % des Français la source principale d'information, soit un bond de dix points en trois ans ! La progression est particulièrement sensible chez les jeunes. « Pour eux, Internet et télévision sont à égalité. Les courbes devraient bientôt se croiser », analyse Carine Marcé de TNS Sofres, qui souligne toutefois que l'audiovisuel reste largement prédominant, y compris chez ceux qui utilisent Internet de façon quotidienne...

Malgré son adoption croissante, Internet divise, et ce n'est pas nouveau. Ils sont 39 % à juger positivement la restitution sur Internet, un chiffre en augmentation constante depuis six ans (34 % en 2009). Mais, dans le même temps, la défiance n'a cessé de croître également, faisant un bond de 24 à 36 %. Si le Net suscite des sentiments aussi contradictoires, c'est sans doute parce que les sondés ont bien conscience qu'il comprend un éventail très varié de sources d'information. Ceux qui s'informent d'abord sur Internet ont face à eux une offre

pléthorique\*\* : sites, applications mobiles, blogs, réseaux sociaux...

La majorité d'entre eux opte pour les déclinaisons numériques de la presse écrite, comme en témoignent les records d'audience atteints lors des derniers attentats en France. Le site du *Monde* a accueilli jusqu'à 800 000 internautes sur son dispositif de suivi en continu des événements. « Nous avons reçu 68 000 commentaires pendant les cinq jours qu'a duré la couverture "live" des attentats et prises d'otages », raconte Samuel Laurent, responsable de la rubrique des « Décodeurs », chargée de vérifier l'exactitude de déclarations politiques ou d'informations circulant sur le Net. Cette activité de « *fact checking* » (« vérification des faits ») chère au journalisme anglo-saxon s'est développée ces dernières années sur les sites d'information français en se concentrant sur le discours politique. Elle recueille d'ailleurs les faveurs des personnes interrogées qui semblent apprécier de pouvoir avoir confirmation de choses lues ou vues sur les chaînes d'information comme sur les réseaux sociaux, ces

derniers étant la deuxième source à laquelle viennent s'abreuver les sondés (21 %).

Mais Twitter et Facebook, agrégats de subjectivités, ne répondant pas aux règles journalistiques, les personnes interrogées ne lui accordent que très peu de crédit. « Nous avons constaté un comportement un peu schizophrène des internautes lors des événements récents : ils souhaitaient tout savoir en temps

réel, mais venaient chercher une info bétonnée », observe Samuel Laurent. Aujourd'hui, tout le monde se sent acteur de l'info, veut prendre part au récit de l'actualité.

D'après Stéphane Dreyfus, 28/01/2015, www.la-croix.com

\*Truisme : vérité banale.

\*\*Pléthorique : en trop grande quantité.

&lt;2&gt;

Répondez aux questions.

1. La majorité des Français s'informe surtout grâce à :

(1 point)

- a. ☐ Internet.
- b. ☐ la télévision.
- c. ☐ Internet à égalité avec la télévision.

2. Quelles sont les deux attitudes des gens face à Internet ? Justifiez votre réponse.

(1 point)

3. Comment expliquer l'attitude des gens ?

(1 point)

4. Les gens consultent surtout les sites de la presse écrite pour suivre l'information.

(1,5 point)

Vrai. ☐ Faux. ☐

Justification : .....

5. Que montre l'exemple donné sur les records du site Internet du Monde ?

(2 points)

6. Pourquoi les réseaux sociaux sont peu appréciés comme sources d'information ?

(1 point)

7. Pourquoi le comportement des Internauts est-il paradoxal ?

(1,5 point)

8. Quel titre peut-on donner à l'article ?

(1 point)

- a. ☐ Internet, miroir de la réalité.
- b. ☐ Internet ou l'information déformée.
- c. ☐ Internet, une information aux multiples visages.

## Production écrite

10 points

Vous lisez la question suivante sur un forum consacré aux médias :

Un journaliste doit-il tout dire, tout montrer ?

Le sujet vous intéresse et vous participez au débat. Vous décrivez la mission d'un journaliste et les pièges qu'il doit éviter en vous référant à la Charte déontologique des journalistes. Vous donnez votre opinion sur la liberté d'expression. Vous écrivez un texte structuré et cohérent. (160 mots.)

## Production orale

10 points

En interaction. Vous adorez prendre des photos en toute occasion pour les poster sur les réseaux sociaux et vous collectionnez les selfies. Votre ami ne comprend pas cette passion : il vous reproche de passer trop de temps à photographier les gens et de ne pas respecter leur intimité. Vous lui expliquez en quoi la photo est importante pour vous.

En continu. Présentez les principaux médias de votre pays. Précisez leurs points forts et/ou leurs points faibles puis dites quels médias vous consultez pour vous informer et expliquez pourquoi.